



**UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE**

**FACULTAD DE CIENCIAS CONTABLES,  
FINANCIERAS Y ADMINISTRATIVAS  
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS  
EMPRESAS, RUBRO CONFECCIONES DE  
VESTIMENTAS: CASO SANTO DOMINGO DE GUZMAN,  
DISTRITO DE AYACUCHO, 2019**

**TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL  
GRADO ACADÉMICO DE BACHILLER EN CIENCIAS  
ADMINISTRATIVAS**

**AUTOR**

**ORE AROTOMA, FERMIN**

**ORCID: 0000-0002-5196-6652**

**ASESOR**

**MGTR. CHUCHON HUAMANI, ARTURO**

**ORCID: 0000-0002-3426-6742**

**AYACUCHO – PERÚ**

**2021**

## **EQUIPO DE TRABAJO**

### **AUTOR**

ORE AROTOMA, FERMIN

ORCID: 0000-0002-5196-6652

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Estudiante de Pregrado,  
Ayacucho, Perú

### **ASESOR**

MGTR. CHUCHON HUAMANI, ARTURO

ORCID: 0000-0002-3426-6742

Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote, Facultad de Ciencias  
Contables, Financiera y Administrativas, Escuela Profesional de  
Administración, Ayacucho, Perú

### **JURADOS**

MGTR. BERROCAL CHILLCCE, JUDITH (Presidenta)

ORCID: 0000-0002-9569-9824

MGTR. JÁUREGUI PRADO, ALCIDES (Miembro)

ORCID: 0000-0002-6611-9480

MGTR. TIPE HERRERA, CARLOS CELSO (Miembro)

ORCID: 0000-0003-4439-144

**FIRMA DE JURADO Y ASESOR**

.....  
Mgtr. Berrocal Chillce, Judith  
(Presidenta)

.....  
Mgtr. Jáuregui Prado, Alcides  
(Miembro)

.....  
Mgtr. Tipe Herrera, Carlos Celso  
(Miembro)

.....  
Mgtr. Chuchon Huamani, Arturo  
ORCID ID: 0000-0002-3426-6742  
(Asesor)

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecer de antemano con mucho corazón y  
Honras a mi amada esposa e hijos por su apoyo  
En esta etapa de mi vida, la cual me conlleva a  
Ser un profesional y no defraudar sus expectativas.

A mis docentes tutores por el apoyo continuo y guía  
Con sus conocimientos para la elaboración del  
Trabajo de investigación, a mis docentes de la  
Facultad por compartir sus conocimientos para mí  
Formación profesional.

## **DEDICATORIA**

A dios, a mis padres, esposa e hijos, familiares,  
Amigos, docentes por su apoyo incondicional  
En esta etapa de mi formación profesional, a  
Mi persona por no rendirse nunca y seguir a  
Pesar de todos los problemas encontrados en  
Este camino.

## RESUMEN

La presente investigación plantea el siguiente problema: ¿Cuáles son las características de la atención al cliente en las micro y pequeñas empresas de confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019 ;tuvo como objetivo general: Identificar las características de la atención al cliente en la empresa Santo Domingo de Guzmán; Utilizando la metodología con un enfoque cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental, se utilizó la técnica de la encuesta y como instrumento el cuestionario. Se tuvo como resultado que el 44 % de los clientes encuestados refieren que el nivel de cortesía en la empresa es buena, así mismo el 51% de los clientes refieren que la amabilidad que tienen los trabajadores a los clientes es buena, por otro lado el 45 % de los clientes refieren que la forma de diálogo que practican los trabajadores es buena. Concluyendo que la atención al cliente en la empresa Santo Domingo de Guzmán es relativamente buena debido a que la cortesía que se practica en ella es somera, quiere decir que busquemos estrategias de inducción para que se aplique la cortesía, asimismo se ha visto que la amabilidad es un punto muy importante y los trabajadores lo practican con frecuencia, por otro lado la comunicación que se practica en ella es también relativamente buena y los trabajadores lo practican con frecuencia. En consecuencia se invita a la empresa a buscar más estrategias y herramientas para reforzar la atención y que el cliente logre su satisfacción.

***Palabras Claves: Atención al cliente, amabilidad, cortesía, comunicación***

## **ABSTRACT**

The present investigation raises the following problem: what are the characteristics of customer service in micro and small clothing manufacturing companies: Case of Santo Domingo de Guzman, District of Ayacucho 2019; its general objective was: Identify the characteristics of the customer service at the Santo Domingo de Guzman company; Using the methodology with a quantitative approach, descriptive level and non-experimental design, the survey technique was used and the questionnaire was used as an instrument. The result was that 44 % of the surveyed clients refer that the level of courtesy in the company is good, likewise 51% of the clients refer that the kindness that the workers have to the clients is good, on the other hand the 45 % of clients report that the form of dialogue practiced by workers is good. Concluding that customer service in the Santo Domingo de Guzman} company is relatively good because the courtesy that is practiced in it is superficial, it means that we look for induction strategies so that courtesy is applied, it has also been seen that kindness It is a very important point and the workers practice it frequently, on the other hand the communication that is practiced in it is also relatively good and the workers practice it frequently. Consequently, the company is invited to look for more strategies and tools to reinforce the service and that the client achieve their satisfaction.

**Keywords: Customer service, kindness, courtesy, communication**

## TABLA DE CONTENIDO

<b>EQUIPO DE TRABAJO</b> .....	<b>II</b>
<b>FIRMA DE JURADO Y ASESOR</b> .....	<b>III</b>
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	<b>IV</b>
<b>DEDICATORIA</b> .....	<b>V</b>
<b>RESUMEN</b> .....	<b>VI</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>VII</b>
<b>INDICE DE TABLA</b> .....	<b>X</b>
<b>INDICE DE FIGURA</b> .....	<b>XI</b>
<b>I. INTRODUCCION</b> .....	<b>1</b>
<b>II. REVISION DE LA LITERARIA</b> .....	<b>3</b>
2.1. Antecedentes .....	3
2.2. Bases teóricas de la investigación .....	8
Tipos de clientes .....	9
Dimensiones.....	9
Dimensión 1: Cortesía.....	10
Dimensión 2: Amabilidad .....	10
Dimensión 3: Comunicación.....	11
<b>III. HIPOTESIS</b> .....	<b>13</b>
<b>IV. METODOLOGÍA</b> .....	<b>13</b>
4.1. Diseño de la investigación.....	13
4.2. Población y muestra .....	14
4.3. Definición y Operacionalización de variables .....	16
.....	16
4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos .....	17
4.5. Plan de análisis .....	17
4.6. Matriz de Consistencia .....	18
4.7. Principios éticos .....	19
<b>V. RESULTADOS</b> .....	<b>20</b>
5.1. Resultados .....	20



5.2. Análisis de resultado .....	31
Con respecto al objetivo general: .....	31
<b>VI. CONCLUSIONES.....</b>	<b>37</b>
<b>RECOMENDACIONES .....</b>	<b>39</b>
Referencia Bibliografía.....	40
Anexo 01. Cronograma de actividades .....	42
Anexo 02. Presupuesto.....	43
Anexo 03. Instrumento de recolección de datos. ....	44
Anexo 04. Solicitud de Autorización.....	45
Anexo 05. Validación del Instrumento. ....	46
Anexo 06. Validación del Experto.....	48
Anexo 07. Datos de la Empresa.....	49

## INDICE DE TABLA

<b>Tabla 1.</b> Edad de los clientes .....	20
<b>Tabla 2.</b> Género de clientes .....	21
<b>Tabla 3.</b> De qué manera calificarías, el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda	22
<b>Tabla 4.</b> De qué manera calificarías, la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda.....	23
<b>Tabla 5.</b> Después de haber realizado la compra, cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores .....	24
<b>Tabla 6.</b> Cómo calificarías, el trato de los vendedores cuando atiende al cliente .....	25
<b>Tabla 7.</b> De qué manera calificarías, la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa .....	26
<b>Tabla 8.</b> Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes .....	27
<b>Tabla 9.</b> Cómo consideras, la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta .....	28
<b>Tabla 10.</b> Ante algún problema en la transacción, de qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores.....	29
<b>Tabla 11.</b> De qué manera calificarías, la atención que prestan los trabajadores a tu pedido ..	30

## INDICE DE FIGURA

<b>Figura 1.</b> Edad de los Clientes .....	20
<b>Figura 2 .</b> Género de Clientes .....	21
<b>Figura 3.</b> De qué manera calificarías el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda. 22	
<b>Figura 4 .</b> De qué manera calificarías, la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda.....	23
<b>Figura 5 .</b> Después de haber realizado la compra, cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores.....	24
<b>Figura 6 .</b> Cómo calificarías, el trato de los vendedores cuando atiende al cliente. ....	25
<b>Figura 7 .</b> De qué manera calificaría, la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa. ....	26
<b>Figura 8.</b> Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes. ....	27
<b>Figura 9 .</b> Cómo consideras, la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta. ....	28
<b>Figura 10 .</b> Ante algún problema en la transacción, de qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores.....	29
<b>Figura 11.</b> De qué manera calificarías, la atención que prestan los trabajadores a tu pedido. ....	30

## I. INTRODUCCION

Los administradores de las empresas de confecciones de vestimentas actualmente no están fortalecidos debido a que muchos emprendedores de estos negocios no están utilizando las estrategias adecuadas en cuanto a la Atención al cliente, los clientes son pilares de la empresa los que generan el fuente de ingreso y depende de ello la empresa puede desarrollarse y crecer caso contrario caen en quiebra y tienden a cerrarse las empresas (Escudero, 2011). En la empresa de confecciones de vestimentas Santo Domingo de Guzmán, tiene una justificación social porque permitirá conocer su realidad actual a la empresa y en un futuro tomar las recomendaciones para orientar su gestión de calidad y potenciar la atención al cliente y de esta manera se beneficia la empresa, el dueño, los colaboradores, los clientes y al estado. De la misma manera esta investigación servirá como referencia a los otros investigadores buscar y profundizar más el tema de la atención de calidad al cliente.

La empresa de confecciones de vestimentas Santo Domingo de Guzmán no es ajeno a la problemática de la falta de implementación de estrategias adecuadas para la atención al cliente. Para ello se plantea conocer ¿Cuáles son las características de la Atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019? Por eso se investigará este tema que parte como línea de investigación desarrollar investigaciones relacionadas al proceso administrativo de planeación, organización, dirección y control, mi tema de investigación parte de la función de direccionamiento del personal. Para ello se ha determinado realizar una investigación con el título “*Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de guzmán, Distrito de Ayacucho 2019*”.

Para resolver este interrogante del problema se ha planteado un objetivo general: Identificar las características de la atención al cliente, en las Micro y Pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019. Y para alcanzar el objetivo general, se plantearon los siguientes objetivos específicos: Describir la cortesía en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019. Describir la amabilidad en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019. Describir la comunicación en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.

La metodología utilizada es tipo de investigación cuantitativo, nivel descriptivo, porque se busca identificar las características de la atención al cliente, el diseño de la investigación fue no experimental, con una población de 384 clientes de la empresa, utilizando como técnica la encuesta, a través de un cuestionario compuesto por 09 preguntas cerradas con respuestas de escala de Likert. Se tuvo como resultado que el 44 % de los clientes encuestados refieren que el nivel de cortesía en la empresa es buena, así mismo el 51% de los clientes refieren que la amabilidad que tienen los trabajadores a los clientes es buena, por otro lado el 45 % de los clientes refieren que la forma de diálogo que practican los trabajadores es buena.

Concluyendo que la atención al cliente en la empresa Santo Domingo de Guzmán es relativamente buena debido a que la cortesía que se practica en ella es somera, quiere decir que busquemos estrategias de inducción para que se aplique la cortesía, asimismo se ha visto que la amabilidad es un punto muy importante y los trabajadores son frecuentes en practicarlo, por otro lado la comunicación que se practica en ella es también relativamente buena y los trabajadores lo

practican con frecuencia. En consecuencia se invita a la empresa a buscar más estrategias para reforzar la atención y que el cliente logre su satisfacción.

## **II. REVISION DE LA LITERARIA**

### **2.1. Antecedentes**

#### **A nivel internacional:**

Lopez (2014) en su Investigación titulada *Servicio y atención al cliente en la comercializadora de textiles - unitex- de la cabecera departamental de Huehuetenango*. Tuvo como objetivo determinar de qué forma se presta la calidad de atención al cliente en la empresa textil, se aplicó una metodología de tipo descriptiva en la presente investigación y llegando a una conclusión que el nivel de la atención al cliente ofrecido en la empresa comercializadora de textiles UNITEX es aceptable pero no óptimo, ya que para ello se debe garantizar la aplicación de elementos de importancia, tales como la satisfacción, expectativas y ambiente e instalaciones agradables.

En esta investigación se considera que la atención al cliente es aceptable por parte de la comercializadora textil pero no determina su condición óptima porque debe garantizar ambientes e instalaciones agradables.

(Figueroa, 2014) en su investigación titulada *Atención al cliente en los servicios de la municipalidad de Malacatán San Marcos*. Tuvo como objetivo Identificar cómo es la atención al cliente, en los servicios, de la Municipalidad de Malacatán, San Marcos. La presente investigación, por medio de los capítulos subsiguientes, sustentados bajo la metodología científica y un enfoque de tipo descriptivo. En conclusión en la Municipalidad de Malacatán, San Marcos, la atención al cliente carece de lineamientos estratégicos que orienten la conducta, aptitud y actitud de los colaboradores, en consecuencia, la mayoría de usuarios, califica la atención que actualmente se le

brinda de manera regular; sin embargo, al analizar los aspectos tangibles e intangibles que la conforman, se concluye que es deficiente.

### **A nivel nacional**

(Trebejo, 2019) en su investigación titulada *Atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de Huacho, 2019*. Tuvo objetivo principal: Determinar las principales características en la atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad en las Micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica en el distrito de Huacho, 2019. La metodología utilizada fue de nivel aplicativo con enfoque cuantitativo y diseño no experimental-transversal- descriptivo. Llegándose a la siguientes conclusiones que el 39% no tiene conocimiento acerca de la atención al cliente, el 56% los representantes de las MYPE brindaron un buen el trato hacia los clientes, el 50% brinda una buena atención y orientación a los clientes y el 39% de las empresas manifestaron no haber brindado ninguna capacitación.

(Aranda, 2017) en su investigación titulada *Calidad del servicio y atención al cliente y su influencia en los resultados económicos y financieros de la empresa textil Campestre*. Cuyo objetivo general de la investigación fue evaluar la calidad de atención al Cliente para mejorar los Resultados Económicos y Financieros de la Empresa textil. En el presente trabajo de investigación se practicó una metodología Descriptiva –Analítica, orientada a conocer la situación organizativa y económica de la empresa. En conclusión los resultados estudiados en la atención al cliente revelan que la empresa ofrece un servicio bueno, atiende moderadamente las necesidades de sus clientes, sin embargo puede mejorar la prestación de su servicio para adelantarse a los requerimiento y así superar las expectativas del cliente, mientras la empresa ofrezca un mejor servicio los ingresos aumentarán mejorando sus resultados económicos.

(Carlos, 2018) en su investigación *Gestión de calidad en atención al cliente de las micro y pequeñas empresas del sector comercio textil – Centro de la ciudad de Chimbote*. El objetivo del presente trabajo fue determinar las características de la atención con calidad a los clientes en las Micro y pequeñas empresas textiles en el centro de la ciudad de Chimbote. Se utilizó una metodología Descriptiva. En conclusión del proyecto de investigación se observa los resultados alcanzados el 75 % de los propietarios de las micro y pequeñas empresas en la encuesta realizada respondieron que no aplican una calidad de atención al usuario en sus empresas y muchos de ellos tienen la dificultad para la implantación de las tecnologías las cuales servirían para medir el rendimiento de cada personal en sus diferentes áreas de trabajo dentro y fuera de la empresa. Según los resultados obtenidos durante la encuesta se evidencia que no se practica la calidad de atención al cliente, todo ello se presume es a falta de implementación de la tecnología las cuales serviría como herramienta de trabajo a los trabajadores.

(García, 2016) en su investigación titulada *Pauta Metodológica para la elaboración de planes de negocio de confecciones textiles con enfoque a atención al cliente*. El objeto de estudio busca explicar la calidad de atención al cliente en el rubro de negocios confecciones de las prendas de vestir la cual está muy relacionado con la confección de telas entre otros y ambas actividades se pueden agruparse, este rubro de confecciones se ha convertido en un motor importante de crecimiento de la economía del Perú y gracias al encadenamiento con otras industrias textiles y con el uso de las materias primas para la elaboración de los productos y a esto se suma la calidad de atención que se practica frente a los clientes en la empresa. La metodología utilizada fue de tipo cuantitativo descriptivo y como resultado se observa que el diálogo adecuado de parte de los trabajadores frente a los clientes es de forma regular.



(Arrieta Chipana, 2017) en su investigación *Caracterización de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros mercado central distrito Catacaos - Piura, año 2017*. Cuyo objetivo es determinar las características de la capacitación y atención al cliente en las MYPE comerciales rubro prendas de vestir para damas y caballeros. La metodología que se practicó fue de tipo cuantitativo, diseño no experimental y descriptivo. En conclusión las características con respecto a capacitación indica que el 100% de sus empleados necesitan ser necesariamente capacitados en su área de trabajo y necesitan varias capacitaciones en diferentes temas, y de esta manera los empleados de diferentes empresas puedan brindar una atención adecuada a los clientes y todo ello en beneficio de la empresa considerándose como un personal altamente calificado.

Por tanto el trabajo busca determinar las capacitaciones dirigidos a los empleados por lo que se logra como resultado de que el 100% de los empleados deberían ser capacitados en temas de la atención al cliente.

### **A nivel Local**

(Quispe, 2019) en su investigación titulada *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019*. Tuvo como objetivo general describir de qué manera se da esa atención al cliente. La metodología utilizada fue de tipo aplicada con enfoque cuantitativo, de un nivel descriptivo y un diseño no experimental con corte transversal, para tales fines se utilizó la técnica de encuesta con un cuestionario de 9 preguntas, aplicado a 384 comensales, se llegó a los siguientes resultados: 35% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido, el 47% calificaron como regular la carta del menú del restaurante, el 40% calificaron como regular el saludo que recibieron al momento de

ingresar al restaurant, el 42% calificaron como regular la comida que consumieron y el 44% calificaron como muy satisfactorio el precio de las comidas que ofrece el restaurante. Se pudo llegar a la conclusión, según la mayoría de encuestados mencionan que si aprecian una buena atención por parte del Restaurante Eclipse, a través de la forma de comunicación que se les ofrece, con una buena cortesía por parte del restaurante y los comensales están satisfechas por el producto y servicio del restaurante.

(Jaime, 2019) en su investigación titulada *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019*. Tuvo como objetivo describir la atención al cliente. La metodología utilizada fue un trabajo de tipo aplicada – cuantitativo, nivel descriptivo y diseño no experimental de corte transversal; se utilizó una muestra de 370 clientes; el cuestionario constó de 13 preguntas: Siendo los resultados agrupados según los objetivos, general y específicos. Obteniéndose los siguientes resultados: El 57% de los clientes encuestados manifiestan que no son recibidos con un saludo; mientras el 58% manifiestan que el personal encargado de atenderlos no se despide de forma adecuada; asimismo, el 53% manifiestan que no les agradecen su visita; también, el 62% manifiestan que no atienden de manera profesional y el 53% manifestó que los restaurantes no generan fiabilidad en los consumidores. Finalmente llegando a las siguientes conclusiones: Las micro y pequeñas empresas, rubro restaurantes no ofrecen servicio de calidad, no cuentan con la tarjeta de crédito como medio de pago, la confianza no está presente; sin embargo, ofrecen platillos con buena sazón y el tiempo de espera es adecuado.

(Arapa, Saya, 2017) Bajo su investigación Titulado *Calidad de servicio e influencia en la satisfacción de los clientes en las restaurantes de la ciudad de Ayacucho, 2017*. Tuvo como objetivo general, determinar que las dimensiones de la calidad de servicio influyen en la satisfacción de los clientes en los restaurantes de la ciudad de Ayacucho. La metodología que se

utilizó en el presente trabajo fue Descriptivo correlacional. Se consigna los resultados, luego de haber procesado los datos se presentan en tablas y gráficos, habiéndose realizado el análisis de los mismos, contrastándose las hipótesis. Se incluye las conclusiones y recomendaciones del trabajo de manera somera en mejorar la prestación de servicios en la con calidad dentro de la empresa. Por tanto en el presente trabajo busca determinar las dimensiones relacionado a la satisfacción en la atención al cliente dentro de la empresa.

## **2.2. Bases teóricas de la investigación**

### **Atención al Cliente**

Bala rezo (2013) La atención al cliente va más allá de captar y atraer clientes, centrándose en lograr la satisfacción en los clientes, las empresas se esfuerzan en tratar bien al cliente con cortesía, amabilidad y una comunicación adecuada con todos los contactos que establece en la empresa, y de esta manera el cliente pueda sentirse importante.

Carbajal & Ormenio (2019) la buena atención al cliente es una nota de distinción y un valor añadido en cualquier organización, para conseguirlo todo el personal de la empresa, incluido el destinado a ventas, deberá mostrar, además de las reglas básicas conocidas otras como por ejemplo conocer todos los productos que se ofrecen, no hacer promesas si no es posible cumplirlas, adelantarse a las necesidades del cliente dando iniciativa, solucionando las quejas oportunamente, tener un trato adecuado, escuchar más que hablar al cliente, proporcionar las respuestas rápidas a la objeciones.

### **Cliente**

Martinez (2020) “Un cliente es aquella persona que a cambio de un pago recibe servicios de alguien que se los presta por ese concepto. De acuerdo a la historia, es aquél que está bajo la responsabilidad de otro, un comprador desea que sus exigencias sean atendidas diligentemente”

## **Tipos de clientes**

### **Clientes Internos**

Viene hacer un elemento dentro de la empresa que toma el producto o resultado de un proceso como recurso para realizar su propio recurso y luego entregará el resultado de su trabajo a otro trabajador de la empresa para continuar con el proceso hasta culminar hasta ponerlo en venta y luego adquiera el cliente externo. Estos se clasifican en 3 tipos de clientes.

- a). Ejecutivos:** Tienen una relación más cercana con los clientes externos
- b). Comercial:** Tienen una relación directa con los diferentes grupos de trabajadores
- c). Operativos:** Se encarga de la elaboración de los productos.

### **Clientes Externos**

Es la persona que no pertenece a la empresa y solicita satisfacer una necesidad bien o servicio. Estos se pueden clasificar en 5 tipos de clientes.

- a). Clientes basados en las necesidades:** Estas personas tienen una necesidad y buscan un servicio o producto porque lo necesitan.
- b). Clientes impulsivos:** son personas que se guían por sus impulsos, no se van de la tienda sin haber comprado algo.
- c). Clientes especializados en descuentos:** Son personas que compran frecuentemente de acuerdo al grado de descuento que la empresa ofrece.
- d) Clientes Leales:** Son personas que con frecuencia acuden a la empresa en todo momento aportan casi el 50% de sus ingresos de la empresa.
- e) Clientes Errantes:** Son clientes que no tienen alguna necesidad cuando entran a un negocio la compra lo hacen de manera esporádica.

## **Dimensiones**

## **Dimensión 1: Cortesía**

Contreras citado por Jaime (2019) define que la cortesía es el comportamiento de la persona en forma de costumbre, el uso de buenas costumbres como el saludo, despedida y el agradecimiento, es educado en el entorno donde se encuentra. En consecuencia, podemos decir que la cortesía en la atención al cliente es fundamental, debido a que si no tratas de manera adecuada a tus clientes habrá grandes posibilidades de que estos se vayan a la competencia, por ejemplo; además, al no tener en cuenta ello podrías llegar a quebrar con tu negocio; esto quiere decir que la cortesía es uno de los aspectos más primordiales para la supervivencia de tu empresa. Asimismo, la cortesía es algo que se nos enseñó desde niños y en tanto deberíamos de aplicarlo en todos los aspectos de nuestra vida.

### **Indicadores**

- Saludo
- Agradecimiento
- Despedida

## **Dimensión 2: Amabilidad**

Francisco (2013) define la amabilidad como la cualidad de ser amable, como aquel que es complaciente, afectuoso, afable, en el trato de los demás y por tanto por esa condición es digno de ser amado con el de amor a los demás. La actitud también se relaciona con la amabilidad por su carácter como un valor, en una práctica habitual mediante una disposición afectuosa esto se convierte en una medida de cortesía. Otros textos lo definen a la amabilidad como una disponibilidad permanente, libremente asumida y ejercida de conducirse de forma amable, al respecto a este valor implica la expresión de la confianza, aceptación, respeto, seguridad y afecto y el compartir de las actividades.

**Indicadores:**

- Trato
- Confianza
- Respeto

**Dimensión 3: Comunicación**

Walker, 2010 citado por Arrieta (2017) la comunicación siempre está presente. Desde el modo de pararnos, la forma en que hablamos, como miramos, como nos vestimos, todo comunica algo al resto de las personas. Por lo tanto, los empresarios, no deben descuidar estos aspectos y debe prestar más atención en estos temas, ya que una buena comunicación y empatía con sus clientes pueden hacer la diferencia que haga que elijan sus productos o servicios por sobre los que ofrece su competencia. Además, se sabe que la comunicación es esencial para promover un producto o servicio, porque gracias a ella las empresas se dan a conocer y logran posicionarse en el mercado, llegando a más y nuevos posibles clientes. Pero ¿Qué pasa cuando el mensaje no llega correctamente?, ¿Qué sucede si los clientes preguntan por un servicio que no se ofrece, pero que los clientes habían entendido que si se ofrecía?, ¿Los medios de comunicación utilizados fueron los correctos? Algunos problemas.

Férriz (2011) comunicarse no es sólo decir lo que quieres decir, sino también obtener la respuesta adecuada al ámbito donde se desarrolla tu comunicación. Por ejemplo, el vendedor no solo ha de informar al cliente de sus productos, sino que además ha de procurar convencerle de que se los compre. Ese es su cometido en cuanto a la comunicación profesional. Al comunicar es muy importante el estado de ánimo con el que se habla. Un ánimo abierto, predispuesto y positivo mejora las interacciones. La mayoría nos comunicamos bien pero escuchamos mal. Para comunicarse hay que aprender antes a escuchar y observar con atención. Hay que dirigirse al

sentimiento de las personas, más que a la razón. Las “razones” del corazón las entiende la mayoría de la gente. En cambio, las opiniones y la lógica difieren para cada uno según sus propios intereses.

### **Indicadores:**

- Capacidad de convencimiento
- Capacidad de respuesta
- Saber escuchar

### **Micro y pequeña empresa**

#### **Empresa**

Cleri (2013) “Una organización es un conjunto de personas que trabajan juntas para cumplir un propósito común. Una empresa son individuos que unen sus esfuerzos para alcanzar un beneficio económico. Precisamente ese deseo de lucro es lo que diferencia de cualquier otra institución de la sociedad”.

#### **Micro y pequeñas empresas**

Las Micro y pequeñas empresas es la columna vertebral de la economía nacional, garantizan una demanda sostenida, aportando la producción y empleo dando a la sociedad un saludable equilibrio y motorizan el progreso.

Las Micro y pequeñas empresas justamente por su tamaño tienen como una virtud principal la cual le permite abordar las actividades quienes no pueden ser ejecutados por las firmas mayores, también les da la flexibilidad, agilidad y reflejos que son esenciales para sobrepasar las contingencias en un mercado complejo y de aceleradas transformaciones.

#### **Gestión de calidad**

Hugo (2019) la gestión de calidad en una empresa es el conjunto de acciones emprendidas por la empresa con el objetivo de alcanzar los objetivos propuestos relacionados con la calidad de los

productos ofrecidos. Es decir, forma parte de la gestión empresarial que debe contemplar otras aristas como gestión ambiental, gestión social, gestión financiera, gestión de recursos humanos, entre otros. Cabe mencionar que la gestión de calidad en tu empresa debe obedecer a las necesidades de la demanda, es decir de tus clientes, y con las que se debe ir perfeccionando y optimizando el producto desde su punto inicial de producción hasta la distribución.

### **III. HIPOTESIS**

El presente trabajo de investigación no presenta hipótesis porque es descriptivo y trabaja con un solo variable, así como respaldan los autores Galan & Gonzales (2018) “No todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación”.

### **IV. METODOLOGÍA**

#### **4.1. Diseño de la investigación**

##### **Tipo de investigación**

El tipo de investigación es cuantitativo.

Monge (2011) “la investigación cuantitativo se inspira en el positivismo, este enfoque investigativo plantea la unidad de ciencia es decir la utilización de una metodología única que es la misma de las ciencias exactas y naturales”.

##### **Nivel de la investigación**

El nivel es descriptivo.

Marroquin (2012) “afirma que la investigación de nivel descriptivo como la investigación estadística, porque se describen los datos y características de la población o fenómeno en estudio. Esta nivel de Investigación responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo y cómo”.

##### **Diseño de la investigación**



Es no experimental

Ruiz (2018) es un conjunto de métodos y técnicas que elige un investigador para realizar un proyecto u experimento de investigación, sirve como una guía para el investigador realizando ciertos pasos concretos permitiendo al investigador a llegar a su objetivo esperado.

#### **4.2. Población y muestra**

##### **Población:**

Para el estudio del presente trabajo de investigación se realizará la encuesta a través de un cuestionario a los clientes del micro y pequeña empresa de rubro confecciones “Santo Domingo de Guzmán” Distrito Ayacucho. Tomándose en cuenta la población infinita.

Perez & Merino (2012) La población viene hacer un conjunto de personas que habitan en un determinado lugar, también podemos referirnos a los edificaciones y espacios de una determinada localidad.

##### **Muestra**

Para la siguiente investigación se aplicó el muestreo aleatorio, para determinar el tamaño de muestra del distrito de Ayacucho. La fórmula que se empleó fue la siguiente:

En tal sentido se determinó el tamaño de muestra utilizando la siguiente fórmula estadística.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

N = 384 clientes.

- Margen de error 0.05 %
- Nivel de confianza 95%
- Valor de p y q =0.5

Por lo tanto se tiene:

$$n = X \qquad n = 384$$

$$Z = 1.96 \qquad p = 0.50 \quad q = 0.50$$

$$e = 0.05$$

$$n = \frac{(1.96)^2(0.50)(0.50)}{0.05^2}$$

n= 384 clientes del Micro y pequeña empresa de Confecciones “Santo Domingo De Guzmán” Distrito Ayacucho, 2019.

### 4.3. Definición y Operacionalización de variables

VARIABLE	DEFINICION CONCEPTUAL	DEFINICION OPERACIONAL	DIMENSIONES	INDICADORES	ITEM	ESCALA VALORATIVA
Atención al Cliente.	(Balarezo, 2013) La atención al cliente va más allá de captar y atraer clientes, centrándose en lograr la satisfacción en los clientes, las empresas se esfuerzan en tratar bien al cliente con cortesía, amabilidad y una comunicación adecuada con todos los contactos que establece en la empresa, y de esta manera el cliente pueda sentirse importante.	Las características de atención al cliente se medirán utilizando la técnica de encuesta utilizando como instrumento el cuestionario.	Cortesía	Saludo Despedida Agradecimiento	¿De qué manera calificarías el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda?  ¿De qué manera calificarías la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda?  ¿Después de haber realizado la compra ¿cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores?	1= Muy mala  2= Mala  3=Regular
			Amabilidad	Trato Confianza Respeto	¿Cómo calificarías el trato de los vendedores cuando atiende al cliente?  ¿De qué manera calificaría la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa?  ¿Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes?	4= Buena  5= Muy buena
			Comunicación	Capacidad de convencimiento  Capacidad de respuesta  Saber escuchar	¿Cómo consideras la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta?  ¿Ante algún problema en la transacción, ¿De qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores?  ¿De qué manera calificarías la atención que prestan los trabajadores a tu pedido?	

#### **4.4. Técnicas e instrumentos de recolección de datos**

##### **Técnicas:**

Para una investigación cualitativa las técnicas para recolectar datos son: la observación no estructurada, entrevistas abiertas, revisión de documentos, discusión en grupo, evaluación de experiencias personales, registro de historias de vida, e interacción e introspección con grupos o comunidades (Hernández et al., 2010).

En esta investigación se usará la encuesta y la observación.

##### **Instrumentos:**

Entre los instrumentos más usados para las investigaciones científicas se encuentran el cuestionario y las escalas actitudinales (Martínez & Galán , 2014).

En esta investigación se usará el cuestionario.

#### **4.5. Plan de análisis**

Los resultados de la investigación se tabularán utilizando el uso de la estadística descriptiva y utilizando como medio de soporte la hoja de cálculo Microsoft Excel y como el procesador de texto Microsoft Word se utilizará para el llenado de datos.

#### 4.6. Matriz de Consistencia.

ENUNCIADO DEL PROBLEMA	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE DIMENSIONES	METODOLOGIA
<p><b>PROBLEMA GENERAL</b></p> <p>¿Cuáles son las características de la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019?</p> <p><b>PROBLEMAS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo es la cortesía en las Micro y Pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019?</li> <li>• ¿Cómo es la amabilidad en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019?</li> <li>• ¿Cómo es la comunicación en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019?</li> </ul>	<p><b>OBJETIVO GENERAL</b></p> <p>Identificar las características de la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019.</p> <p><b>OBJETIVOS ESPECÍFICOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Describir la cortesía en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.</li> <li>• Describir la amabilidad en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.</li> <li>• Describir la comunicación en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.</li> </ul>	<p>El presente proyecto de investigación no tiene hipótesis porque trabaja con un solo variable.</p> <p>Galan &amp; Gonzales (2018) “no todas las investigaciones llevan hipótesis, según sea su tipo de estudio (investigaciones de tipo descriptivo) no las requieren, es suficiente plantear algunas preguntas de investigación”.</p>	<p><b>VARIABLE</b></p> <p>Atención al Cliente</p> <p><b>DIMENSIONES</b></p> <p>Cortesía</p> <p>Amabilidad</p> <p>Comunicación</p>	<p><b>Tipo de investigación</b></p> <p>El tipo de investigación es cuantitativo.</p> <p><b>Nivel de la investigación</b></p> <p>El nivel es descriptivo.</p> <p><b>Diseño de la Investigación</b></p> <p>Es no experimental.</p> <p><b>Población</b></p> <p>Para el estudio de dicho trabajo de investigación se tomará en cuenta la población infinita en lo que respectan a las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho.</p> <p><b>Muestra:</b></p> <p>384 clientes de la Micro y pequeña empresa, rubro confecciones de vestimentas Santo Domingo de Guzmán, Distrito Ayacucho.</p> <p><b>Técnica</b></p> <p>Se realizará La encuesta</p> <p><b>Instrumento</b></p> <p>El cuestionario</p>

#### 4.7. Principios éticos

En el presente trabajo de investigación se ejecutará bajo los principios éticos utilizando el reglamento del comité institucional de ética en investigación aprobado por acuerdo del consejo universitario con Resolución N° 0916 – 2020 – CU-ULADECH Católica de fecha 29 de octubre del 2020. En donde menciona todos los parámetros a tener en cuenta y en presente proyecto se tomó en cuenta los siguientes parámetros para su elaboración:

- **Protección a la persona.** La seguridad y bienestar de las personas es un fin supremo de toda investigación, por ello se debe proteger su identidad, dignidad, confidencialidad, privacidad, creencia y religión.
- **Libre participación y derecho a estar informado.** Las personas que participan en las diferentes actividades del presente proyecto tienen derecho a ser bien informados sobre los propósitos y fines de la investigación.
- **Beneficencia y no maleficencia.** Toda investigación debe tener un balance riesgo-beneficio positivo y justificado, para asegurar el cuidado de la vida y el bienestar de las personas que participan en la investigación.
- **Cuidado del medio ambiente y respeto a la biodiversidad.** Toda investigación debe respetar la dignidad de los animales, el cuidado del medio ambiente y de las plantas.
- **Justicia.** El investigador debe anteponer la justicia y el bien común antes que el interés personal.
- **Integridad Científica.** El investigador tiene que evitar el engaño en todos los aspectos de la investigación.

## V. RESULTADOS

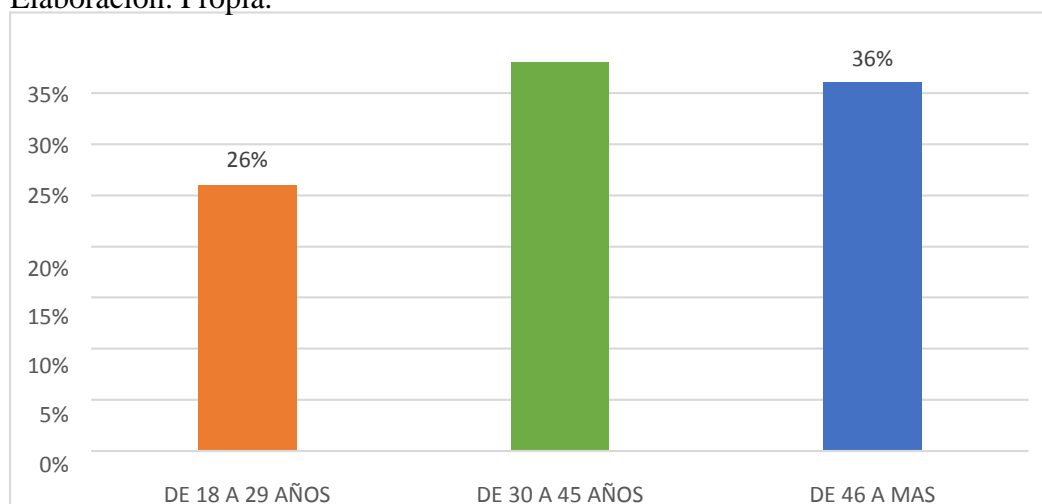
### 5.1. Resultados

*Tabla 1.*

Edad de los Clientes Opción De Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentaje %
18 a 29 años	100	0.26	26%
30 a 45 años	146	0.38	38%
46 a más años	138	0.36	36%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito, Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 1.** Edad de los Clientes

**Elaboración:** Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 38% (146 clientes) están comprendidos entre 30 a 45 años de edad. El 36 % (138 clientes) entre 46 a más años de edad. El 26%(100 clientes) entre 18 a 29 años de edad.

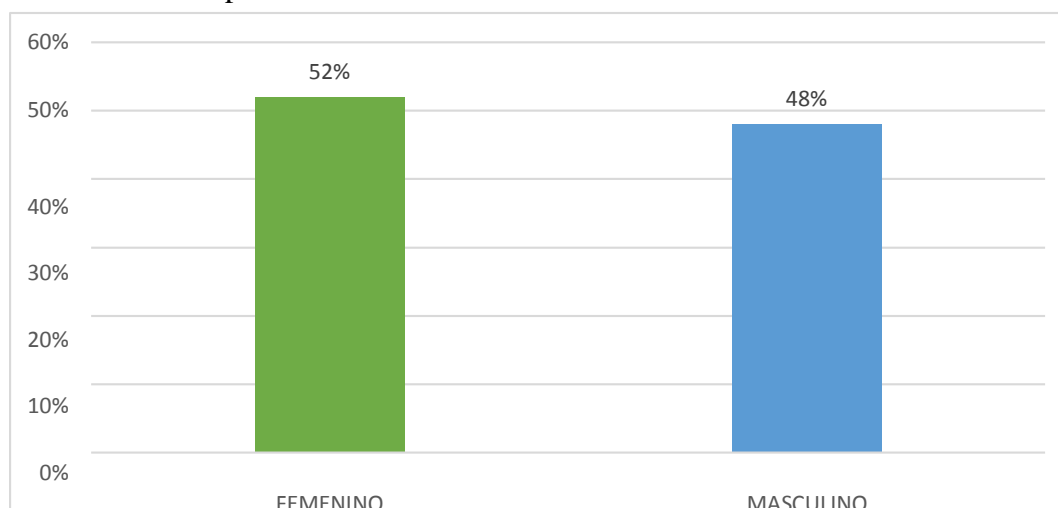
Esto quiere decir que en su mayoría de los clientes están comprendidos entre las edades de 30 a 45 años de edad.

**Tabla 2.**

Género de Clientes			
Opción De	Frecuencia	Frecuencia Relativa	
Respuestas	Absoluta	Decimales	Porcentaje%
Femenino	200	0.52	52%
Masculino	184	0.48	48%
<b>Total</b>	<b>384</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia



**Figura 2 .**Género de Clientes

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 52 % (200 clientes) son de sexo femenino, el 48% (184 clientes) son de sexo masculino.

Ante este resultado se puede decir que el mayor porcentaje de clientes encuestados son de sexo femenino.



## DIMENSION 1: Cortesía

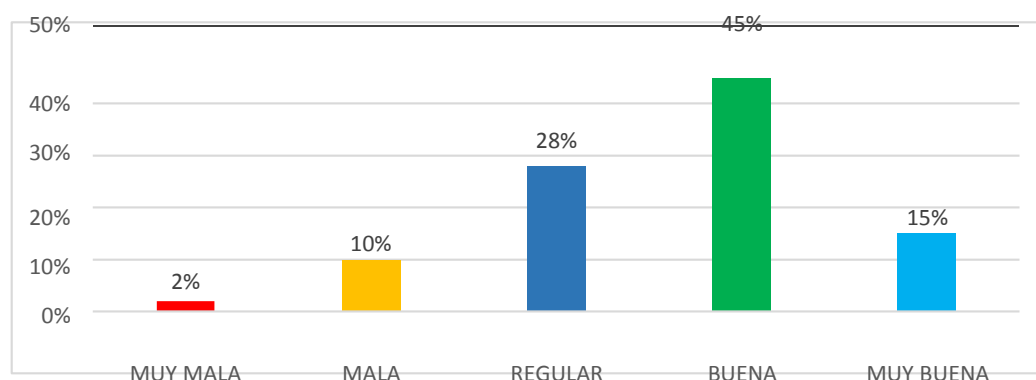
**Tabla 3.**

De qué manera Calificarías, el Saludo que recibió al momento de Ingresar a la Tienda.

Opción De Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	8	0.02	2%
Mala	38	0.1	10% %
Regular	109	0.28	28%
Buena	173	0.45	45%
Muy buena	56	0.15	15%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito, Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 3.** De qué manera calificarías el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda

Elaboración: Propia

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 45 % manifiestan que el saludo recibido al ingresar a la tienda fue buena, el 28% manifiestan que el saludo recibido al ingresar a la tienda fue regular, el 15% manifiestan que el saludo recibido al ingresar a la tienda fue muy buena, el 10% manifiestan que el saludo recibido al ingresar a la tienda fue mala, el 2% manifiestan que el saludo recibido al ingresar a la tienda fue muy mala. Por tanto podemos concluir que el saludo que se recibe de parte de los trabajadores de esta tienda es buena.

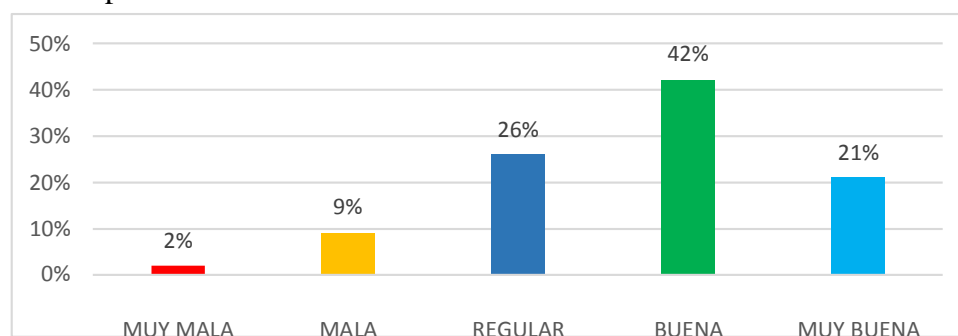
**Tabla 4.**

De qué manera calificarías, la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda

Opción de Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	
	Absoluta	Decimales	Porcentajes %
Muy mala	8	0.02	2%
Mala	38	0.09	9%
Regular	99	0.26	26%
Buena	160	0.42	42%
Muy buena	79	0.21	21%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 4.** De qué manera calificarías, la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda.

Elaboración propia

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 42 % manifiestan que la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda fue buena, el 26% manifiestan que la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda fue regular, el 21% manifiestan que la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda fue muy buena, el 9% manifiestan que la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda fue mala, el 2% manifiestan que la despedida recibió al momento de retirarse de la tienda fue muy mala. Por tanto podemos concluir que la despedida que recibieron al momento de retirarse de la tienda es buena.

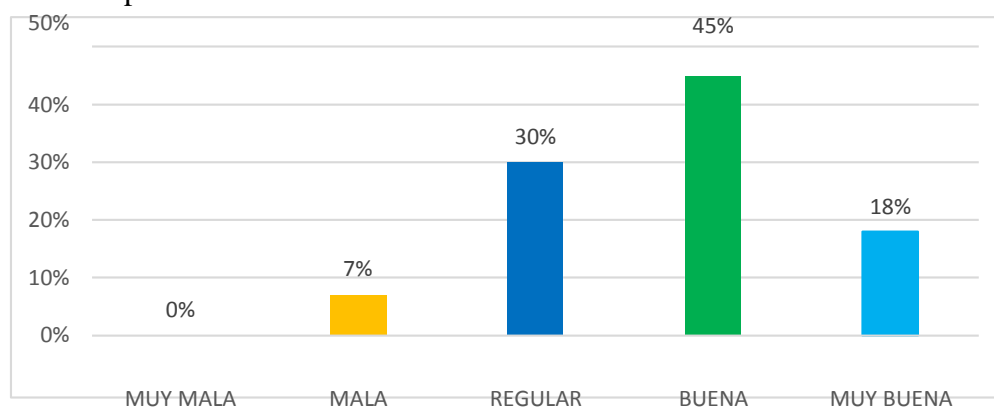
**Tabla 5.**

Después de haber realizado la compra, cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores.

Opción de Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	0	0	0%
Mala	27	0.07	7%
Regular	116	0.30	30%
Buena	173	0.45	45%
Muy buena	68	0.18	18%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 5.** Después de haber realizado la compra, cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 45 % manifiestan que la forma de agradecimiento por parte de los vendedores es buena, el 30% manifiestan que la forma de agradecimiento de los vendedores es regular, el 18% manifiestan que la forma de agradecimiento de los vendedores es muy buena, el 7% manifiestan que la forma de agradecimiento de los vendedores es mala. Por tanto podemos concluir que la forma de agradecimiento de los vendedores de la tienda es buena.

## DIMENSION 2: Amabilidad

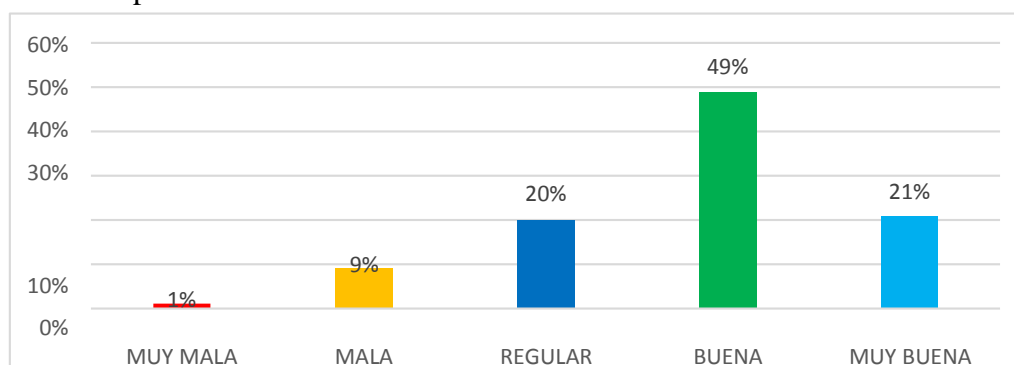
**Tabla 6.**

Cómo calificarías, el trato de los vendedores cuando atiende al cliente.

Opción de Respuestas	Frecuencia	Frecuencia Relativa	
	Absoluta	Decimales	Porcentajes %
Muy mala	4	0.01	1%
Mala	35	0.09	9%
Regular	76	0.2	20%
Buena	188	0.49	49%
Muy buena	81	0.21	21%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas Santo Domingo de Guzmán, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 6.** Cómo calificarías, el trato de los vendedores cuando atiende al cliente.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 49 % manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es buena, el 21% manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es muy buena, 20% manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es regular, 9% manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es mala, el 1% manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es muy mala.

Por tanto podemos concluir que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es buena.

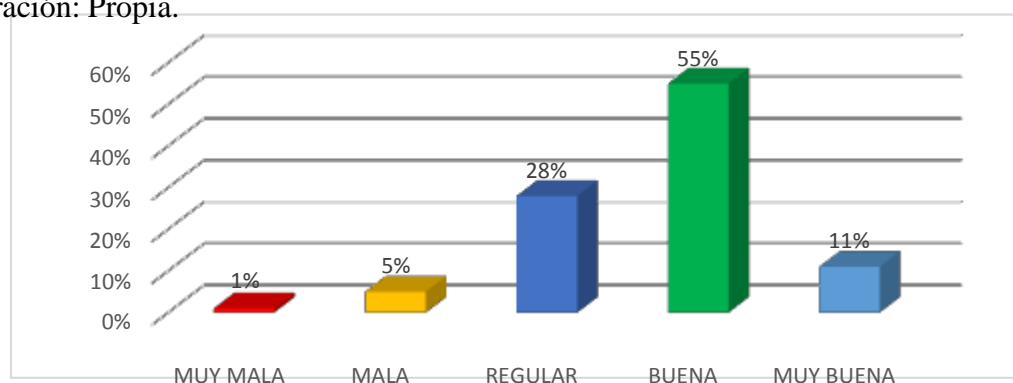
**Tabla 7.**

De qué manera calificarías, la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa

Opción de Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	3	0.01	1%
Mala	19	0.05	5%
Regular	107	0.28	28%
Buena	211	0.55	55%
Muy buena	44	0.11	11%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 7.** De qué manera calificaría, la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 55 % manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es buena, el 28% manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es regular, 11% manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es muy buena, 5% manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es mala, el 1% manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es muy mala. Por tanto podemos concluir que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores es buena.

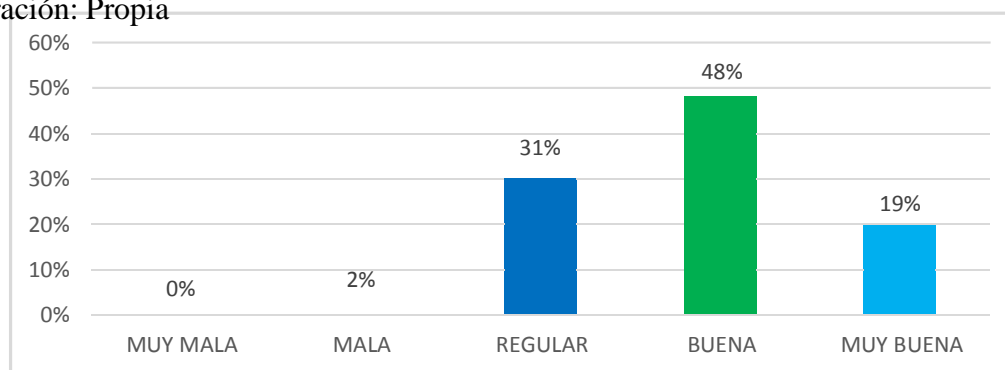
**Tabla 8.**

Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes.

Opción de Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	0	0	0
Mala	8	0.02	2%
Regular	119	0.31	31%
Buena	184	0.48	48%
Muy buena	73	0.19	19%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia



**Figura 8.** Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 48 % manifiestan que el respeto que brindan los trabajadores de la tienda hacia el cliente es buena, el 31% manifiestan que el respeto que brindan los trabajadores de la tienda hacia el cliente es regular, 19% manifiestan que el respeto que brindan los trabajadores de la tienda hacia el cliente es muy buena, 2% manifiestan que el respeto que brindan los trabajadores de la tienda hacia el cliente es mala. Por tanto podemos concluir que el respeto que brindan los trabajadores de la tienda hacia el cliente es buena.

### DIMENSIÓN 3: Comunicación

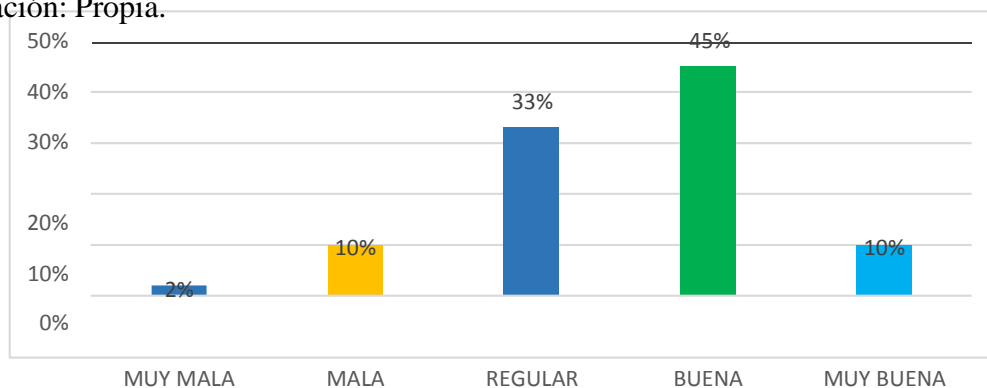
**Tabla 9.**

Cómo consideras, la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta.

<i>Opción De Respuestas</i>	<i>Frecuencia Absoluta</i>	<i>Frecuencia Relativa</i>	
		<i>Decimales</i>	<i>Porcentajes %</i>
Muy mala	8	0.02	2%
Mala	39	0.1	10%
Regular	126	0.33	33%
Buena	173	0.45	45%
Muy buena	38	0.1	10%
<b>Total</b>	<b>384</b>		<b>100%</b>

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 9.** Cómo consideras, la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta.

Elaboración: Propia

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 45 % manifiestan que la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es buena, el 33 % manifiestan que capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es regular, el 10 % manifiestan capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es muy buena, el 10 % manifiestan capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es mala, el 2% manifiestan que capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es muy mala. Por tanto podemos concluir que capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es buena.

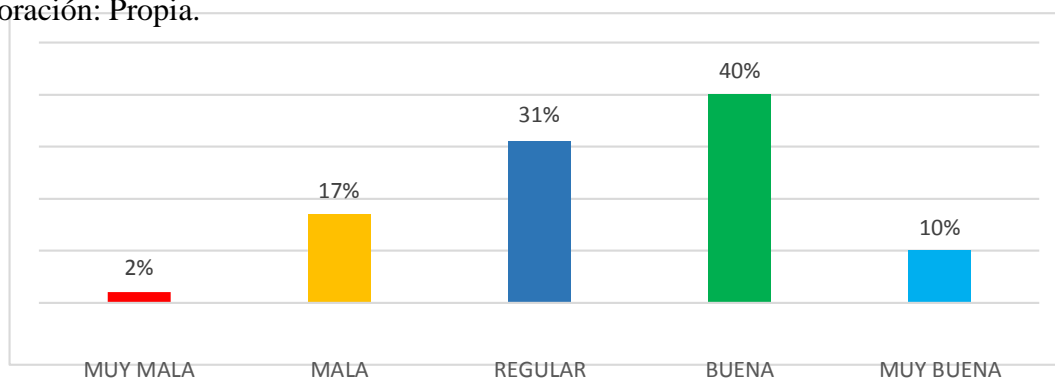
**Tabla 10.**

Ante algún problema en la transacción, de qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores.

Opción de Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	8	0.02	2%
Mala	65	0.17	17%
Regular	118	0.31	31%
Buena	154	0.40	40%
Muy buena	39	0.1	10%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 10.** Ante algún problema en la transacción, de qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 40 % manifiestan que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es buena, el 31 % manifiestan que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es regular, el 17 % manifiestan que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es mala, el 10 % manifiestan que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es muy buena, el 2% manifiestan que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es muy mala. Por tanto podemos concluir que la capacidad de respuesta de los trabajadores ante un problema es buena.



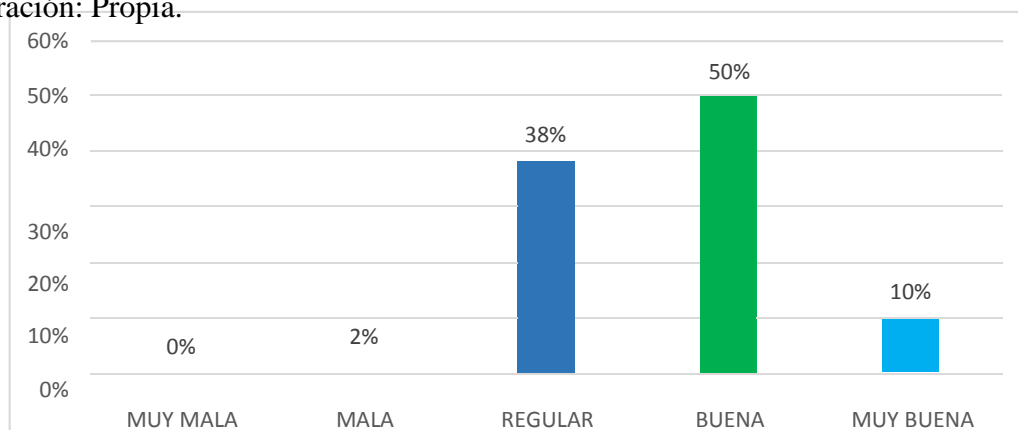
**Tabla 11.**

De qué manera calificarías, la atención que prestan los trabajadores a tu pedido

Opción de Respuestas	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Relativa	
		Decimales	Porcentajes %
Muy mala	0	0	0%
Mala	8	0.02	2%
Regular	146	0.38	38%
Buena	192	0.50	50%
Muy buena	38	0.1	10%
Total	384		100%

**Fuente:** Aplicación de encuesta a los clientes de la empresa de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”, Distrito Ayacucho.

Elaboración: Propia.



**Figura 11.** De qué manera calificarías, la atención que prestan los trabajadores a tu pedido.

Elaboración: Propia.

**Interpretación:** De un total de 384 clientes encuestados que equivale al (100 %) el 50 % manifiestan que la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan es buena, el 38 % manifiestan que la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan es regular, el 10 % manifiestan que la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan es muy buena, el 2% manifiestan que la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan es mala. Por tanto podemos concluir que la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan los clientes es buena.

## 5.2. Análisis de resultado

### Con respecto al objetivo general:

Identificar las características de la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019.

Según los resultados obtenidos de las encuestas, con respecto a las dimensiones, el 44 % de los clientes encuestados respondieron que el nivel de cortesía en la empresa es buena, así mismo el 51% de los clientes refieren que la amabilidad que tienen los trabajadores a los clientes es buena, por otro lado el 45 % de los clientes refieren que la forma de comunicación que practican los trabajadores es buena.

Esto demuestra que la atención al cliente en la empresa de confecciones de vestimentas Santo Domingo de Guzmán es relativamente buena, por lo que se puede decir que estas dimensiones son factores predominantes para conseguir una buena atención al cliente en la empresa.

### Con respecto al objetivo específico 1:

Describir la cortesía en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.

**En la tabla y figura 3.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto al saludo que recibe el cliente de parte de los trabajadores al ingresar a la tienda, presentando una calificación buena en un 45 % , el 28 % califica regular, el 15% califica muy buena, el 10% califica mala, el 2% califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un mayor porcentaje de los clientes encuestados manifiestan que el saludo que recibió es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que el saludo es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Estos resultados comparan con el Autor Quispe (2019) en su investigación titulada: *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante*

*Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho*, donde en el autor utilizó como indicador el saludo teniendo como resultado que el 40 % de los clientes encuestados manifestaron que los trabajadores reciben con un saludo a los clientes. Aquí falta mencionar el otro porcentaje o sea la diferencia, y sobre ello podemos decir que un porcentaje de los clientes no reciben el saludo de parte de los trabajadores. En consecuencia ambas investigaciones coinciden que un mayor número de clientes reciben el saludo.

**En la tabla y figura 4.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la despedida que recibe el cliente de parte de los trabajadores al momento de retirarse de la tienda, presentando una calificación buena en un 42 % , el 26 % califica regular, el 21 % califica muy buena, el 9 % califica mala, el 2% califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un mayor porcentaje de los clientes encuestados manifiestan la forma de despedida que recibieron al retirarse de la tienda es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que la despedida es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Dichos resultados asemejan con el autor Balarezo (2013) en su libro titulado Atención al cliente donde menciona que la amabilidad establece la relación con todos los clientes de la empresa y desde modo que los clientes se sientan importantes.

**En la tabla y figura 5.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la forma de agradecimiento que recibe el cliente después de haber realizado la compra, presentando una calificación buena en un 45 % , el 30 % califica regular, el 18 % califica muy buena, el 7 % califica mala, 0 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un mayor porcentaje de los clientes encuestados manifiestan la forma de agradecimiento que recibieron después de haber realizado la compra fue buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que el agradecimiento es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Existe similitud con el autor Jaime (2019)

en el proyecto de investigación titulada: *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019*. Donde se observa que el 53% manifiestan que no les agradecen su visita. En consecuencia no coinciden los resultados de ambas investigaciones.

**Con respecto al objetivo específico 2:**

Describir la amabilidad en la atención en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019.

**En la tabla y figura 6.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto al trato que reciben los clientes de parte de los vendedores, presentando una calificación buena en un 49 %, el 21 % califican muy buena, el 30 % califica regular, el 9 % califica mala, 1 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un mayor porcentaje de los clientes encuestados manifiestan que el trato que brindan los trabajadores al atender al cliente es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que el trato es uno de las dimensiones más importantes en relación a la atención al cliente. Se encuentra similitud con el autor Trebejo (2019) en su investigación titulada: *La atención al cliente como factor relevante de la gestión de calidad y plan de mejora en las micro y pequeñas empresas del sector servicio, rubro metalmecánica, en el distrito de huacho, 2019*. Donde el autor también utilizó el “trato” como indicador teniendo como resultado que el 56% de los clientes encuestados manifiestan que el trato que ofrecen los trabajadores hacia el cliente en la empresa es buena. En consecuencia ambas investigaciones coinciden que un mayor número de clientes reciben un buen trato de parte de los trabajadores.

**En la tabla y figura 7.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la confianza que deposita los clientes en los trabajadores de la tienda, Presentando una calificación buena en un 55 %, el 28 % califica regular, el 11 % califican muy buena, el 5 % califica mala, 1 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que la mayoría de los clientes

encuestados manifiestan que la confianza que depositan los clientes hacia los trabajadores de la empresa es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que la confianza es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Se encuentra similitud con el autor Jaime (2019) en el proyecto de investigación titulada: *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas rubro restaurantes, distrito san juan bautista, Ayacucho, 2019*. En la presente investigación, finalmente llegaron a las siguientes conclusiones que en la empresa en estudio no está presente la confianza en los clientes. En consecuencia ambas investigaciones no coinciden en sus resultados.

**En la tabla y figura 8.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto al respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes, Presentando una calificación buena en un 48 %, el 31 % califica regular, el 19 % califican muy buena, el 2 % califica mala, 0 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un mayor porcentaje de los clientes encuestados manifiestan que el respeto que ofrecen los trabajadores hacia el cliente es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que el respeto es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. El autor Francisco (2013) dentro de sus definiciones menciona sobre el respeto como una de las estrategias indispensables durante la atención al cliente y las cuales deben ser practicados por los trabajadores de las Micro y pequeñas empresas.

**Con respecto al objetivo específico 3:**

Describir la comunicación en las Micro y pequeñas empresas, rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho, 2019

**En la tabla y figura 9.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta, Presentando una calificación buena en un 45 %, el 33 % califica regular, el 10 % califican muy buena, el

10 % califica mala, 2 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un porcentaje mayor de los clientes encuestados manifiestan que la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que la capacidad de convencimiento es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Dichos resultados asemejan con el autor Ferriz (2011) en su libro titulado Comunicación y desarrollo personal, quien en su conceptualización sobre la comunicación también menciona que el vendedor no solo ha de informar al cliente de sus productos, sino que además ha de procurar convencerle de que se los compre.

**En la tabla y figura 10.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la capacidad de respuesta de los trabajadores ante algún problema en la transacción, Presentando una calificación buena en un 40 %, el 31 % califica regular, el 17 % califica mala el 10 % califican muy buena, 2 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un porcentaje mayor de los clientes encuestados manifiestan que la capacidad de respuesta que tienen los trabajadores frente a un problema es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que la capacidad de respuesta es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Dichos resultados asemejan Ferriz (2011) quien en su libro titulado Comunicación y desarrollo personal nos dice que dentro de la comunicación no es sólo decir lo que quieres decir, sino también obtener la respuesta adecuada al ámbito donde se desarrolla tu comunicación.

**En la tabla y figura 11.** Nos da a conocer que la empresa cumple con los objetivos en cuanto a la atención que prestan los trabajadores al pedido que realizan los clientes, presentando una calificación buena en un 50 %, el 38 % califica regular, el 10 % califican muy buena, el 2 % califica mala, el 0 % califica muy mala. Por lo tanto podemos decir que un porcentaje mayor de los clientes encuestados manifiestan que la atención que prestan los trabajadores al pedido

que realizan los clientes es buena. Donde podemos observar que la empresa se preocupa por la satisfacción de sus clientes, ya que el saber escuchar es uno de los indicadores más importantes en relación a la atención al cliente. Existe similitud con el autor Quispe (2019) en la investigación titulada: *Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019*. Y como uno de sus indicadores utilizó el saber escuchar donde podemos observar que el 35% califican como regular la manera de cómo el mozo los escuchó al momento de realizar su pedido. En consecuencia ambas investigaciones no coinciden en sus resultados.

## VI. CONCLUSIONES

Con respecto al objetivo general, se concluye que la atención al cliente en la empresa Santo Domingo de Guzmán, es relativamente buena debido a que la cortesía que se practica en ella es somera, quiere decir que busquemos estrategias de inducción para que se aplique la cortesía, asimismo se ha visto que la amabilidad es un punto muy importante y los trabajadores lo practican con frecuencia, por otro lado la comunicación que se practica en ella es también relativamente buena y los trabajadores lo practican con frecuencia. En consecuencia se invita a la empresa a buscar más estrategias para reforzar la atención y que el cliente logre su satisfacción.

Con respecto al objetivo específico 1, se concluye que los trabajadores de la empresa de confecciones santo domingo de guzmán, practican la cortesía de una manera somera, porque algunos clientes reciben el saludo y lo califican como buena, asimismo la mitad de los clientes reciben la despedida cuando salen de la tienda y lo califican como buena, por otro lado la mayoría de los clientes aprecian el agradecimiento por parte de los trabajadores y lo califican como buena, en consecuencia podemos decir, que en los trabajadores la cortesía es importante que tenemos que incidir para que el cliente logre su satisfacción.

Con respecto al objetivo específico 2, se concluye que los trabajadores de la empresa de confecciones santo domingo de guzmán, practican la amabilidad de una forma adecuada porque la mayoría de los clientes menciona que el trato en la atención es significativo, también, hacen hincapié que la confianza depositada en los trabajadores es aceptable, además, la mayoría de los clientes refieren que el respeto de los trabajadores con los clientes es buena. Por tanto, se invita a que se mantengan en lograr mayor trato y respeto para continuar un nivel de amabilidad satisfactoria.

Con respecto al objetivo específico 3, se concluye que los trabajadores de la empresa de confecciones santo domingo de guzmán, practican la comunicación de manera adecuada, así



mismo la mayoría de los clientes menciona que la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores es significativo, y la capacidad de respuesta de los trabajadores frente a un problema es aceptable, por otro lado la atención que prestan los trabajadores frente a un pedido es significativo. Por tanto se recomienda a que se mantengan en lograr mayor capacidad de respuesta y convencimiento al realizar una venta.

## **RECOMENDACIONES**

Con respecto al objetivo general, se recomienda que la empresa Santo Domingo busque estrategias adecuadas en base a la cortesía, amabilidad y la comunicación para que refuerce la atención al cliente y por ende se logre la satisfacción, implementando herramientas como buzón de sugerencias, aplicación de encuesta al cliente cada cierto tiempo, libro de reclamaciones las cuales nos ayude a identificar la insatisfacción de los clientes.

Con respecto al objetivo específico 1, se sugiere que la empresa capacite a su personal en temas de ética y valores para que tomen hincapié en el saludo y despedida hacia los clientes cuando ellos realicen alguna venta en la empresa. De esta manera los trabajadores puedan desempeñarse de la mejor manera eficiente y lograr mejores resultados en cuanto a la venta de sus productos.

Con respecto al objetivo específico 2, se recomienda que la empresa debe realizar capacitación para todo su personal en temas del trato, confianza y respeto, ya que estos indicadores son indispensables que todo empleador debe conocer para satisfacer las necesidades del cliente al realizar una venta.

Con respecto al objetivo específico 3, se recomienda a la empresa implementar un plan de capacitaciones para todos sus trabajadores en temas de capacidad de convencimiento, capacidad de respuesta, el tema de prestar atención. Estas características en un trabajador son muy importantes para captar clientes y desde luego lograr la satisfacción y la fidelización en los clientes.

## Referencia Bibliografía

- Aranda, S. E. (2017). La Gestión De Calidad Bajo El Enfoque De La Calidad Total En Las Micro Y Pequeñas Empresas Del Sector Servicio - Rubro Restaurantes Del Casco Urbano De Chimbote, 2016. *Universidad Catolica Los Angeles de CHimbote*, 5. Retrieved from <http://repositorio.uladech.edu.pe/handle/123456789/5548/discover>
- Arapa, Saya, E. J. (2017). *CALIDAD DE SERVICIO E INFLUENCIA EN LA SATISFACCION DE CLIENTES EN LOS RESTAURANTES DE LA CIUDAD DE AYACUCHO*. Retrieved from [http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/1678/TesisAD157\\_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.unsch.edu.pe/bitstream/handle/UNSCH/1678/TesisAD157_Ara.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Arrieta Chipana, A. P. (2017). *PROPUESTA DE GESTIÓN DE LA ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL RUBRO CEBICHERÍAS DEL BARRIO MARAVILLAS, DISTRITO AYACUCHO, 2017*. 152. <https://doi.org/1>
- Balarezo, S. la C. V. (2013). *Manual de Atención al Cliente 1*.
- Carlos, R. Q. L. (2018). *Gestión de calidad en la atención al cliente en las micro y pequeñas del sector textil rubro sastrería del centro comercial bahia center en la ciudad de chimbote, 2016*. 60.
- Escudero, M. J. (2011). *Gestión comercial y servicio de atención al cliente*. (p. 347). p. 347.
- FÉRRIZ, J. P. (2011). *Comunicación y Desarrollo personal*.
- Figuroa, J. J. C. (2014). *ATENCIÓN AL CLIENTE EN LOS SERVICIOS DE LA MUNICIPALIDAD DE MALACATÁN SAN MARCOS*. *Teisis*. Retrieved from <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/01/01/Chang-Juan.pdf>
- Francisco, A. R. L. (2013). La Amabilidad. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://doi.org/10.1017/CBO9781107415324.004>
- García, N. M. A. (2016). *Pauta Metodológica Para La Elaboración De Planes De Negocio*

*De Confecciones Textiles en el mar*. Retrieved from

[http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv\\_publica/docs/procompite/2016/plan\\_negocio/Pauta\\_planes\\_de\\_negocio\\_confecciones\\_textiles.pdf](http://www.mef.gob.pe/contenidos/inv_publica/docs/procompite/2016/plan_negocio/Pauta_planes_de_negocio_confecciones_textiles.pdf)

Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ta ed.).

Jaime, B. H. (2019). *ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS RUBRO RESTAURANTES, DISTRITO SAN JUAN BAUTISTA, AYACUCHO, 2019*. 152. <https://doi.org/1>

Lopez Werlin.C. (2014). “*SERVICIO Y ATENCIÓN AL CLIENTE EN LA COMERCIALIZADORA DE TEXTILES -UNITEX- DE LA CABECERA DEPARTAMENTAL DE HUEHUETENANGO.*”

Martínez Mediano, C., & Galán González, A. (2014). *Técnicas e Instrumentos de recogida y análisis de datos*.

Quispe, G. A. (2019). Atención al cliente en las micro y pequeñas empresas del rubro restaurantes económicos, caso Restaurante Eclipse, distrito de Querobamba, provincia de Sucre, región Ayacucho, 2019. *Universidad Católica Los Angeles de CHimbote*, 152. <https://doi.org/1>

Trebejo, R. G. (2019). *LA ATENCIÓN AL CLIENTE COMO FACTOR RELEVANTE DE LA GESTIÓN DE CALIDAD Y PLAN DE MEJORA EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS DEL SECTOR SERVICIO, RUBRO METALMECÁNICA, EN EL DISTRITO DE HUACHO, 2019*. 74. <https://doi.org/1>

## ANEXOS

### Anexo 01. Cronograma de actividades

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES																	
N°	ACTIVIDADES	AÑO : 2019				AÑO : 2020								AÑO : 2021			
		Semestre II				Semestre I				Semestre II				Semestre I			
		Mes				Mes				Mes				Mes			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Elaboración del Proyecto	x															
2	Revisión del proyecto por el jurado de investigación		x														
3	Aprobación del proyecto por el jurado de investigación			x													
4	Exposición del proyecto al jurado de investigación o docente tutor				x												
5	Mejora del marco teórico					x											
6	Redacción de la revisión de la literatura						x										
7	Elaboración del consentimiento informado							x									
8	Ejecución de la metodología							x									
9	Conclusiones y recomendaciones								x								
10	Elaboración, avance presentación de análisis de resultado, conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen									x							
11	Mejora de análisis de resultado, conclusiones, recomendaciones, introducción, resumen y abstrac.										x						
12	Revisión y calificación de la redacción de análisis de resultados.											x					
13	Revisión y calificación de conclusiones, recomendaciones, introducción y resumen - abstract												x				
14	Redacción del informe final														x		
15	Aprobación del informe final por el jurado de investigación														x		
16	Presentación de ponencia en eventos científicos															x	
17	Redacción del artículo científico																x
18	Sustentación del informe final ante los Jurados de la investigación																x

## Anexo 02. Presupuesto

<b>Presupuesto Desembolsable</b>			
<b>( Estudiante)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Suministros(*)</b>			
• Impresiones	0.20	200	4.00
• Fotocopias	0.20	200	4.00
• Empastado	3.00	3	9.00
• Papel bond A4 ( 500 Hojas)	8.00	1	8.00
• Lapiceros	1.00	2	2.00
<b>Sub total</b>	<b>12.40</b>		<b>27.00</b>
<b>Gastos de suministro</b>	<b>12.40</b>		<b>27.00</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de turnitin	50.00	1	50.00
• Pago de internet	90.00	1	90.00
• Pago internet Celular	50.00	1	50.00
• Pago de energía eléctrica	80.00	1	80.00
• Pago de Asesoría	200.00	1	200.00
• Asignación de tiempo para la redacción del informe final	10.00	2Hrs/120días	2,400.00
• Costo de herramienta de trabajo	1700.00	1	1,700.00
<b>Sub total</b>	<b>2180.00</b>		<b>4,570.00</b>
<b>Gastos de servicios</b>	<b>2180.00</b>		<b>4,570.00</b>
<b>Total de presupuesto desembolsable</b>	<b>2192.40</b>		<b>4,597.00</b>
<b>Presupuesto no Desembolsable</b>			
<b>( Universidad)</b>			
<b>Categoría</b>	<b>Base</b>	<b>% o Número</b>	<b>Total (S/.)</b>
<b>Servicios</b>			
• Uso de internet (Laboratorio de uso digital –LAD)	<b>25.00</b>	<b>4</b>	<b>100.00</b>
• Búsqueda de información en base de datos	<b>20.00</b>	<b>2</b>	<b>40.00</b>
• Soporte informático ( Módulo de investigación del ERP University-MOIC)	<b>40.00</b>	<b>4</b>	<b>160.00</b>
• Publicación del Articulo en repositorio institucional	<b>50.00</b>	<b>1</b>	<b>50.00</b>
<b>Sub total</b>			<b>350.00</b>
<b>Recurso Humano</b>			
• Asesoría personalizada ( 5 horas por semana)	<b>63.00</b>	<b>4</b>	<b>252.00</b>
<b>Sub total</b>			<b>252.00</b>
<b>Total Gasto</b>			<b>2499.00</b>

El presente proyecto está financiado de acuerdo al cumplimiento de la Ley Universitaria N° 30220 Artículo 125.

**Autofinanciado**

### Anexo 03. Instrumento de recolección de datos.

#### PERFIL DEL ENCUESTADO

##### A.GÉNERO

- a). Masculino                      b).Femenino

##### B. EDAD

- a). 18 a 29 años    b).30 a 45 años    c). De 46 a más

##### INSTRUCCIONES

Se propone una serie de acciones (ítems) relacionada a atención al cliente para ello marque con una equis(X) en el casillero correspondiente a las dimensiones e indicadores y que refleje objetivamente teniendo en cuenta la siguiente escala valorativa:

1	2	3	4	5
Muy mala	Mala	Regular	Buena	Muy buena

N°	PREGUNTAS	ESCALA VALORATIVA				
		1	2	3	4	5
	<b>Cortesía</b> ( Saludo, Despedida, Agradecimiento )					
1	¿De qué manera calificarías el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda?	1	2	3	4	5
2	¿De qué manera calificarías la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda?	1	2	3	4	5
3	¿Después de haber realizado la compra ¿cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores?	1	2	3	4	5
	<b>Amabilidad</b> (Trato, Confianza, Respeto)					
4	¿Cómo calificarías el trato de los vendedores cuando atiende al cliente?	1	2	3	4	5
5	¿De qué manera calificaría la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa?	1	2	3	4	5
6	¿Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes?	1	2	3	4	5
	<b>Comunicación</b> (Capacidad de Convencimiento, Capacidad de respuesta , Saber escuchar)					
7	¿Cómo consideras la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta?	1	2	3	4	5
8	¿Ante algún problema en la transacción, ¿De qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores?	1	2	3	4	5
9	¿De qué manera calificarías la atención que prestan los trabajadores a tu pedido?	1	2	3	4	5
	<b>TOTAL</b>					

Gracias

**Anexo 04. Solicitud de Autorización.**



CARGO

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ANGELES  
CHIMBOTE  
**ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN**

**CARTA S/N – 2020 – ULADECH CATÓLICA**

**Sra.**

**HAYDEE CACÑAHUARAY SANCHEZ**

Propietaria de la tienda de confecciones de vestimentas “Santo Domingo de Guzmán”


Presente.-

De mi consideración

Es un placer dirigirme a usted para expresar mi cordial saludo e informarle que soy estudiante de la escuela profesional de administración de la Universidad Católica los Ángeles de Chimbote, el motivo de la presente tiene por finalidad presentarme, ORE AROTOMA, Fermin, con código de matrícula 3111172212 de la carrera profesional de Administración del VI ciclo, quien solicita la autorización de manera remota o virtual para la aplicación de la encuesta mediante un cuestionario a los clientes de la empresa en mención sobre el proyecto de investigación titulado Atención al cliente en las Micro y Pequeñas empresas rubro confecciones de vestimentas: Caso Santo Domingo de Guzmán, Distrito de Ayacucho 2019?, a desarrollarse durante los meses de mayo y junio del presente año. Por este motivo, agradeceré me brinde el acceso y las facilidades a fin de ejecutar satisfactoriamente mi investigación la misma que redundará en beneficio de su institución. En espera de su amable atención.

Atentamente,

  
ORE AROTOMA, Fermin  
Estudiante

  
Haydee cacñahuaray Sanchez  
Recibido: 05/05/2020  
Hora: 9:00 AM.



Anexo 05. Validación del Instrumento.



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES DE CHIMBOTE								
INSTITUTO DE INVESTIGACIÓN								
ESCUELA PROFESIONAL DE ADMINISTRACIÓN								
<b>TÍTULO:</b>								
<b>ATENCIÓN AL CLIENTE EN LAS MICRO Y PEQUEÑAS EMPRESAS, RUBRO CONFECCIONES DE VESTIMENTAS: CASO SANTO DOMINGO DE GUZMAN, DISTRITO DE AYACUCHO, 2019</b>								
<b>AUTOR:</b>								
<b>ORE AROTOMA, FERMÍN</b>								
<b>MATRIZ DE VALIDACIÓN DE JUICIO POR EXPERTOS</b>								
N°	Pregunta	CRITERIOS DE EVALUACIÓN						OBSERVACION
		VALIDEZ DE CONTENIDO		VALIDEZ DE CONSTRUCCIÓN		VALIDEZ DE CRITERIO		
		El ítem corresponde a alguna dimensión de la variable		El ítem contribuye a medir el indicador planteado		El ítem permite clasificar a los sujetos en las categorías establecidas		
		Si	No	Si	No	Si	No	
<b>CORTESÍA ( SALUDO, DESPEDIDA, AGRADECIMIENTO )</b>								
1	¿De qué manera calificarías el saludo que recibió al momento de ingresar a la tienda?	X		X		X		
2	¿De qué manera calificarías la despedida que recibió al momento de retirarse de la tienda?	X		X		X		
3	¿Después de haber realizado la compra ¿cómo aprecias la forma de agradecimiento por parte de los vendedores?	X		X		X		

Lic. Aldo Arroyo Chacón Huanani  
CLAD 8319



UNIVERSIDAD CATÓLICA LOS ÁNGELES  
CHIMBOTE

AMABILIDAD (TRATO, CONFIANZA, RESPETO)						
4	¿Cómo calificarías el trato de los vendedores cuando atiende al cliente?	X		X		X
5	¿De qué manera calificaría la confianza que deposita usted en los trabajadores de la empresa?	X		X		X
6	¿Cómo consideras el respeto que ofrece los trabajadores de la tienda hacia los clientes?	X		X		X
Comunicación (Capacidad de Convencimiento, Capacidad de respuesta , Saber escuchar)						
7	¿Cómo consideras la capacidad de convencimiento que tienen los trabajadores al realizar una venta?	X		X		X
8	¿Ante algún problema en la transacción, ¿De qué manera aprecias la capacidad de respuesta de los trabajadores?	X		X		X
9	¿De qué manera calificarías la atención que prestan los trabajadores a tu pedido?	X		X		X

Ayacucho, 05 mayo del 2020.



Lic. Adm. Arturo Chuchón Higuera  
CLAD. 9019

## Anexo 06. Validación del Experto



L,1\ 1-RSID vo 1 I\TOLK \ LOS \ ,ul:LLS  
e 111\MBO 11

### CO:\ TASCL\ DE Y..\LID.\CIÓ"

Yo. Anuro Chucbon Huamaru rdennñcado con D~1 ~ 28298065 Licenciado en AdmImstracI on. con Lamet <le! Lolegio LLAIJN Yj 10

Por medio de la presente, hago coestar que be revisado con fines de validacion el instrumento de recoleccion de datos para la eoceesa, elaborado por el estudiante ORE AROTOlvIA Fenmn con DNi j;= Hi&i+iü1. para efecto <ie 1,11 apacion a ios sujetos de la poblacion - muestra seleccionada para el trabajo de mvestigación urulado ATENCIÓ:\ ALCLIL\TI: rX L\ )UCRO \ PEQI'E\AS [DIPRESAS. RI BRO COXFECCIO~'ES DE \ESTI.\1LYfa: C.\SO A.YTO DO)IDGO DE (,UL,NIAN.01 1K11UOI:..A\ALLLHU.20IY

Tras evaluar el mstrumento de recolección de datos (encuesta), con la fmahdad de opumrzar i~ rQUIwúo~ \ai1úo ei msuumemo pr~mauo por d lc.Jl,14 pui:.,tu que reune las condiciones para que la mformacion que se obtenga se aJuste a la realidad

Ay3CUCOO, Ü5 de mayo oei 1iJ2Ü

Lic. Adm. Arturo Chuchón Huamam  
CLAD' 9310

Mgrt Arturo Chuchón Huamam  
CLAD' 9310

## **Anexo 07. Hoja de Consentimiento informado.**

### **PROTOCOLO DE CONSENTIMIENTO INFORMADO PARA ENCUESTAS (Administración)**

La finalidad de este protocolo en Ciencias Sociales, es informarle sobre el proyecto de investigación y solicitarle su consentimiento. De aceptar, el investigador y usted se quedarán con una copia.

La presente investigación se titula \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_ y es dirigido por \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_, investigador de la Universidad Católica Los Ángeles de Chimbote.

El propósito de la investigación es: \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_.

Para ello, se le invita a participar en una encuesta que le tomará \_\_\_\_\_ minutos de su tiempo. Su participación en la investigación es completamente voluntaria y anónima. Usted puede decidir interrumpirla en cualquier momento, sin que ello le genere ningún perjuicio. Si tuviera alguna inquietud y/o duda sobre la investigación, puede formularla cuando crea conveniente.

Al concluir la investigación, usted será informado de los resultados a través de \_\_\_\_\_  
\_\_\_\_\_. Si desea, también podrá escribir al correo \_\_\_\_\_  
para recibir mayor información. Asimismo, para consultas sobre aspectos éticos, puede comunicarse con el Comité de Ética de la Investigación de la universidad Católica los Ángeles de Chimbote.

Si está de acuerdo con los puntos anteriores, complete sus datos a continuación:

Nombre: \_\_\_\_\_

Fecha: \_\_\_\_\_

Correo electrónico: \_\_\_\_\_

Firma del participante: \_\_\_\_\_

Firma del investigador (o encargado de recoger información): \_\_\_\_\_

## Anexo 08. Datos de la Empresa.

Resultado de la Búsqueda	
RUC:	10282514856 - CACÑAHUARAY SANCHEZ HAYDEE
Tipo Contribuyente:	PERSONA NATURAL CON NEGOCIO
Tipo de Documento:	DNI 28251485 - CACÑAHUARAY SANCHEZ, HAYDEE
Nombre Comercial:	- Afecto al Nuevo RUS: SI
Fecha de Inscripción:	25/06/2019
Estado:	ACTIVO
Condición:	HABIDO
Domicilio Fiscal:	-
Actividad(es) Económica(s):	Principal - CIU 93098 - OTRAS ACTMD.DE TIPO SERVICIO NCP
Comprobantes de Pago c/aut. de impresión (F. 806 u 816):	BOLETA DE VENTA
Sistema de Emisión Electrónica:	-
Afiliado al PLE desde:	-
Padrones:	NINGUNO
Fecha consulta: 14/03/2021 17:51	